

ALLEGATO 3

Nota Tecnica e Metodologica

SD07B

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 17.72.0 – Fabbricazione di pullover, cardigan ed altri articoli simili a maglia;
- 17.73.0 – Fabbricazione di altra maglieria esterna;
- 17.74.0 – Fabbricazione di maglieria intima;
- 17.75.0 – Fabbricazione di altri articoli e accessori a maglia.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un’impresa.

A tale scopo, nell’ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell’espletamento dell’attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SD07).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 3.935, di cui 2.473 relativi al codice 17.72.0, 813 relativi al codice 17.73.0, 479 relativi al codice 17.74.0 e

170 al codice 17.75.0. I questionari restituiti sono stati 3.560 (rispettivamente 2.425, 630, 349 e 156 per i quattro codici), pari al 90,5% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 613 questionari, pari al 15,5% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%, ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- quadro E del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- compilazione di più quadri N (punti destinati all'esercizio esclusivo della vendita al dettaglio);
- non compilazione delle superfici dei locali destinati alla produzione presenti nel quadro B del questionario;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di produzione in conto proprio/conto terzi (quadro E del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro E del questionario);

- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2947.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, all'area di mercato, alle diverse modalità di espletamento dell'attività (materie prime, tipo di prodotto, fasi del ciclo produttivo), etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare nove gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- tipologia dell'attività (conto proprio, conto terzi e converter);

- comparto di riferimento;
- fattore dimensionale.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 – Converter di Grandi Dimensioni

Numerosità: 191

Si tratta di aziende organizzate prevalentemente sotto forma di società (81%) e ben articolate: prevedono la presenza di 9 addetti di cui 7 dipendenti, gli spazi dedicati alla produzione sono significativi (262 mq), e coerentemente alla vocazione commerciale della loro attività, anche quelli destinati a magazzino (255 mq) e ufficio (56 mq).

Le aziende presenti nel cluster sono prevalentemente organizzate sotto forma di converter; essi sono creatori e commercializzatori e perciò specializzati nelle fasi iniziali (progettazione-prototipia e campionatura indicate rispettivamente dal 79% e dal 77% dei soggetti) ed in quelle finali (controllo imballo spedizione indicate dal 92% degli appartenenti al cluster). Le fasi intermedie sono esternalizzate, in particolare la confezione dall'84% degli appartenenti, stiratura rifinitura e tessitura smacchinatura dal 75%; in misura più limitata tintura finissaggio e taglio; il ricorso è minimo per le restanti fasi.

L'attività si svolge quasi esclusivamente in conto proprio (90% dei ricavi) e il 92% dei soggetti appartenenti al cluster dichiara di affidare lavorazioni a terzi.

Il comparto di attività prevalente è la maglieria pesante e leggera (79% dei ricavi).

I beni strumentali rilevati sono nella media del cluster una macchina da tessitura computerizzata e due non computerizzate, tre da cucire varie , due taglia e cuci, una da stiratura e una accessoria da rifinitura.

La clientela è rappresentata dal commercio all'ingrosso (in media il 42% dei ricavi), da imprese della grande distribuzione organizzata (26%) e dal commercio al dettaglio (21%). L'85% dei soggetti ha dichiarato di esportare una parte della produzione (in media il 51% dei ricavi); coerentemente l'area di mercato prevalente è europea (80% dei soggetti), extra-europea (65%) e, in misura minore, nazionale (55%).

Cluster 2 – Terzisti specializzati nella confezione di Maglieria Intima

Numerosità: 176

La struttura organizzativa consta in media di 7 addetti di cui 6 dipendenti, si tratta di ditte individuali nel 65% dei casi e di società di persone per la rimanente parte. La dimensione dei locali destinati allo svolgimento dell'attività è contenuta (126 mq in media) e non comprende spazi significativi destinati ad uffici e magazzino.

L'attività si svolge prevalentemente in conto terzi (96% dei ricavi).

La fase prevalente è confezione conto terzi (80% dei contribuenti); il committente consegna per la maggior parte il prodotto già tagliato e lo riprende cucito. Infatti sono limitate le fasi accessorie: stiratura-rifinitura (19%), taglio (14%), campionatura (14%), controllo imballo e spedizione (18%).

I soggetti appartenenti a tale cluster sono specializzati nella confezione di maglieria intima (40% dei ricavi), corsetteria (18%) ed in misura minore, costumi da bagno, pigiama e tempo libero informale - tecnico sportivo.

La dotazione strumentale consiste in media in 6 macchine da cucire a più aghi, 1 programmabile, 5 macchine taglia e cuci e 1 macchina per la rifinitura.

La clientela è rappresentata particolarmente da industria (in media il 68% dei ricavi) e artigianato (18%) con un peso del 9% sui ricavi medi da parte della clientela all'ingrosso.

L'area di mercato è principalmente provinciale-regionale.

Cluster 3 – Piccoli Terzisti Specializzati nella Confezione di Maglieria Esterna

Numerosità: 577

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (72% dei casi), anche se si rileva circa un terzo di società, tipicamente artigianali, con un numero medio di 5 addetti di cui 3 dipendenti.

Le strutture produttive constano in media di 93 mq di locali destinati alla produzione, esigua la presenza di magazzino ed uffici.

L'attività si svolge quasi esclusivamente in conto terzi (in media il 98% dei ricavi).

I soggetti sono specializzati nella fase di confezione per conto terzi (indicata dall'86% degli appartenenti al cluster) di maglieria pesante e leggera (93% dei ricavi).

I beni strumentali presenti in tali aziende sono mediamente 3 macchine da cucire varie, 2 taglia e cuci e 2 macchine per rifinitura.

La clientela è rappresentata particolarmente da industria (mediamente il 63% dei ricavi) e artigianato (31%) e l'area di mercato prevalente è provinciale-regionale.

Cluster 4 – Piccoli Terzisti Specializzati nella Tessitura di Maglieria

Numerosità: 673

L'organizzazione delle imprese del cluster (69% di ditte individuali) è elementare, tipica delle aziende artigianali, ed è costituita in media da 3 addetti di cui uno dipendente; i locali destinati alla produzione sono di medie dimensioni (120 mq) e, solo per pochi soggetti (30% circa) si rileva la presenza di magazzino ed uffici.

L'attività si svolge prevalentemente in conto terzi con una percentuale media dei ricavi del 96%.

La fase prevalente è la tessitura-smacchinatura conto terzi (85% dei soggetti), seguita dalla campionatura (32%).

Il comparto di attività è la maglieria pesante e leggera (96% dei ricavi).

Coerentemente alla specializzazione dell'attività, i beni strumentali rilevati sono in media 3 macchine da tessitura computerizzate e non.

La clientela è rappresentata particolarmente da industria (66% dei ricavi) e artigianato (27%) e l'area di mercato è principalmente regionale.

Cluster 5 – Terzisti Specializzati nella Maglieria Esterna

Numerosità: 215

Dal punto di vista organizzativo si tratta di aziende ben strutturate che fanno ricorso al lavoro di terzi, organizzate sia sotto forma di società che sotto forma di ditte individuali. Il numero medio di addetti è pari a 8, di cui 5 dipendenti; i locali dedicati alla produzione sono ampi rispetto alla media (200 mq), così come i locali destinati a magazzino (58 mq) e ad ufficio (20 mq).

L'attività si svolge quasi esclusivamente in conto terzi (in media il 95% dei ricavi) e si rileva una buona percentuale di affidamento della lavorazione a terzi (53% dei soggetti).

Il ciclo di lavorazione è completo: sono infatti presenti le fasi di confezione (89% dei soggetti), stiratura e rifinitura (80%), campionatura (79%), tessitura e smacchinatura (70%), taglio (74%), e, in misura minore progettazione (43%), controllo e imballaggio (59%).

Ma i soggetti operano evidentemente anche come capi-commessa per cui esternalizzano qualche fase come confezione (22% degli appartenenti al cluster), tessitura (21%) e stiratura-rifinitura (18%).

Il comparto di attività è la maglieria pesante e leggera (86% dei ricavi).

I beni strumentali rilevati sono macchine adeguate alle lavorazioni previste in termini sia quantitativi che qualitativi (in media 3 macchine varie da cucire, 1 macchine per rifinitura, 2 macchine taglia e cuci, 1 macchine per stiratura, 2 macchine per tessitura computerizzate e 3 non computerizzate).

La clientela è rappresentata particolarmente da industria (mediamente il 61% dei ricavi) e artigianato (13%) e l'area di mercato comprende più regioni.

Cluster 6 – Produttori di Maglieria Intima in Conto Proprio

Numerosità: 147

L'organizzazione è abbastanza articolata: le imprese del cluster sono costituite per metà da ditte individuali e per l'altra metà da società; sono presenti in media 7 addetti, di cui 5 dipendenti e sono previsti spazi abbastanza ampi per la produzione (241mq), per il magazzino (169 mq) e per l'ufficio (32 mq).

I soggetti presenti nel cluster sono imprese in conto proprio (mediamente l'88% dei ricavi) con ciclo interno pressochè completo e lavorazioni affidate a terzi (dichiarate dal 56% dei soggetti).

Le fasi interne prevalenti sono taglio (85% degli appartenenti al cluster), controllo imballo spedizione (84%), confezione (78%), seguono stiratura-rifinitura (63%) e campionatura (63%), meno indicata è la progettazione-prototipia (47%).

Le fasi esternalizzate sono la confezione (39% dei soggetti), tintura e finissaggio (31%) e tessitura-smacchinatura (22%).

Il comparto di attività prevalente è maglieria intima (in media il 46% dei ricavi). In misura limitata e coerentemente con la tipologia del ciclo produttivo compaiono anche tempo libero, tecnico sportivo, corsetteria e pigiameria.

I beni strumentali rilevati sono coerenti con le attività svolte e constano in media di 7 macchine da cucire varie , 4 macchine taglia e cucì, 1 per stiratura, 1 accessoria per rifiniture e 1 macchina per tessitura non computerizzata.

La clientela è rappresentata particolarmente dal commercio all'ingrosso (54% dei ricavi) e al dettaglio (17%) e l'area di mercato è interregionale e nazionale. Il 37% dei soggetti dichiara di esportare una parte della produzione. Il 30% delle aziende dispone di una rete di agenti (5 agenti in media).

Cluster 7 – Fabbricanti di Maglieria Esterna in Conto Proprio con Vendita a Privati

Numerosità: 329

Il cluster è composto da laboratori artigianali (79% di ditte individuali); gli addetti sono mediamente 3 di cui uno dipendente, ed i locali destinati alla produzione sono di dimensioni ridotte (74 mq medi).

I soggetti presenti nel cluster sono piccolissime imprese che producono maglieria esterna in conto proprio (in media l'83% dei ricavi), spesso a ciclo

interno completo che vendono particolarmente a privati (probabilmente anche maglieria su misura), con negozi annessi al laboratorio (43% dei soggetti) e/o esterni (11%).

Le fasi interne svolte sono la confezione (82% dei laboratori), la stiratura rifinitura (74%) e la tessitura e smacchinatura (64%); in misura inferiore il taglio e la campionatura (entrambe indicate dal 44% dei soggetti) e la progettazione-prototipia (40%).

Il comparto prevalente è maglieria pesante e leggera (in media l'82% dei ricavi).

I beni strumentali rilevati sono in media 2 macchine da tessitura non computerizzate, 1 macchina per stiratura e 1 per rifinitura, 1 macchina per cucire e 1 taglia e cuci.

Oltre ai privati (67% dei ricavi) tra la clientela troviamo anche commercio al dettaglio (19% dei ricavi). L'area di mercato è principalmente comunale.

Cluster 8 – Terzisti Specializzati nella Fabbricazione di Maglia a Catena

Numerosità: 204

La struttura organizzativa delle imprese del cluster è elementare: su un numero medio di 3 addetti si rileva la presenza di un dipendente; il 63% è organizzato sotto forma di ditte individuali. I locali destinati alla produzione sono pari a 136 mq. medi e non sono previsti spazi significativi per uffici e magazzino.

L'attività si svolge quasi esclusivamente in conto terzi (97% dei ricavi in media) e il ciclo di produzione è parziale: la fase prevalente è tessitura smacchinatura (92% dei soggetti), seguita dalla campionatura (45%).

Il comparto di attività prevalente è quello della maglia a catena (in media il 74% dei ricavi) seguito da quello della maglia in trama (17%).

La dotazione strumentale è ampia e consiste in media di 5 macchine da tessitura non computerizzate e 3 computerizzate.

La clientela è rappresentata particolarmente da industria (in media il 71% dei ricavi) e artigianato (27%).

L'area di mercato è prevalentemente regionale e provinciale.

Cluster 9 – Produttori in Conto Proprio di Maglieria Esterna

Numerosità: 262

Dal punto di vista organizzativo si tratta di aziende di grandi dimensioni, spesso organizzate sotto forma di società (59%), dove sono previsti mediamente 7 addetti di cui 5 dipendenti. Le dimensioni dei locali destinati alla produzione sono pari a 230 mq, sono previsti inoltre 91 mq per il magazzino e 25 mq per gli uffici.

L'attività si svolge per la maggior parte in conto proprio (in media l'80% dei ricavi) con ciclo di produzione interno completo e affidamento a terzi di alcune fasi.

Le fasi interne in conto proprio prevalenti sono: campionatura (89% degli appartenenti al cluster), confezione (86%), stiratura rifinitura (80%), controllo-imballo e spedizione (92%); seguono taglio (75%), tessitura e smacchinatura (73%) e progettazione (69%).

Il 65% dei soggetti esternalizza alcune fasi di lavorazione, particolarmente confezione (44%), tessitura e smacchinatura (44%), stiratura rifinitura (37%); in misura minore taglio, tintura finissaggio e campionatura.

Il comparto prevalente è la maglieria pesante e leggera (84% dei ricavi medi).

Sono presenti mediamente 4 macchine da tessitura non computerizzate e 2 computerizzate, 3 macchine da cucire, 2 taglia e cuci, 2 per rifinitura e 1 per stiratura.

La clientela è rappresentata particolarmente da imprese di commercio all'ingrosso (53% dei ricavi) e commercio al dettaglio (20%).

L'area di mercato è sia nazionale che europea, infatti il 47% dei contribuenti dichiara di effettuare export.

Il 32% delle imprese di questo cluster dispone di una rete di vendita (in media 3 agenti).

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

La stima della “funzione di ricavo” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di “normalità economica” nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo”.

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- rendimento per addetto = $\frac{[(\text{ricavi} - \text{costo del venduto} - \text{costo per la produzione di servizi}) / \text{numero addetti}^4]}{1.000}$

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali
- numero addetti = 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

prevalentemente nell'impresa

- numero addetti = (società) = Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci.

- rotazione del magazzino = Ricavi/giacenza media del magazzino

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali)/2.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per la rotazione del magazzino sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, e 9;

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 2, 3, 4, 5 e 8;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Per il rendimento per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 4, 5, 8 e 9;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinchè il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell’attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla territorialità del comparto dell'abbigliamento⁵ che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di specializzazione;
- grado di concentrazione;
- grado di densità d'impresa.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “logaritmo del valore dei beni strumentali”. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del logaritmo del valore dei beni strumentali nella definizione della funzione di ricavo.

Nell’allegato 3.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL’UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l’*Analisi Discriminante*⁶;

⁵ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale

⁶ L’Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza ad ognuno dei gruppi stessi.

- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 3.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentra totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza al livello del 99,99% per ogni gruppo omogeneo, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

ALLEGATO 3.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0815	1,0277	1,0779	1,2512
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,1633	1,0788	1,0272	0,9657
Valore dei beni strumentali	0,4339	-	0,1924	0,1405
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	18.815,0788	17.349,4174	28.270,9516
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	75.939,9764	31.486,3134	25.824,7826	44.227,9299
Spese per acquisti di servizi	1,0068	1,2838	1,2839	2,1130
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	-	6.353,2996	6.703,1237	7.271,1899

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL LOGARITMO IN BASE 10 DEL VALORE DEI BENI STRUMENTALI

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMPARTO DELL'ABBIGLIAMENTO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
1) Aree a media concentrazione localizzativa delle produzioni di abbigliamento, situate nei grandi comuni metropolitani e in prossimità di aree fortemente specializzate nel sistema-moda	-	-	-	-
2) Aree ad elevata specializzazione nella calzetteria	-	-	-	-2.225,3104
3) L'area del trevigiano a forte specializzazione e concentrazione nelle produzioni dell'abbigliamento, dominata dalla grande impresa	-	-	-	-
4) Aree despecializzate	-	-	-	-2.225,3104
5) Aree ad elevata specializzazione nella fabbricazione di prodotti in maglieria	-	-	-	-
6) Aree ad elevata specializzazione e concentrazione localizzativa nella calzetteria	-	-	-	-2.225,3104
7) Aree ad elevata specializzazione nella confezione di vestiario	-	-	-	-
8) Aree specializzate nella fabbricazione di prodotti in maglieria e nella confezione di vestiario	-	-	-	-
9) Aree ad elevata concentrazione localizzativa nella fabbricazione di prodotti in maglieria e nella confezione di vestiario	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SD07B

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0579	1,0830	1,1501	1,2646	1,0078
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,2477	1,1108	1,1089	0,9672	1,1152
Valore dei beni strumentali	0,1438	0,2340	0,1610	0,1193	0,1831
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	37.123,9136	35.837,4927	-	23.315,3781	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	51.434,2921	35.402,8793	9.794,8185	32.135,4560	33.985,5665
Spese per acquisti di servizi	0,9789	1,1088	1,1228	2,7033	1,2096
Logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali	4.970,2072	-	3.419,1907	5.254,9770	10.802,7422

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL LOGARITMO IN BASE 10 DEL VALORE DEI BENI STRUMENTALI

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMPARTO DELL'ABBIGLIAMENTO	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
1) Aree a media concentrazione localizzativa delle produzioni di abbigliamento, situate nei grandi comuni metropolitani e in prossimità di aree fortemente specializzate nel sistema-moda	-	-	-	-	-
2) Aree ad elevata specializzazione nella calzetteria	-	-	-	-	-
3) L'area del trevigiano a forte specializzazione e concentrazione nelle produzioni dell'abbigliamento, dominata dalla grande impresa	-	-	-	-	-
4) Aree despecializzate	-	-	-	-	-
5) Aree ad elevata specializzazione nella fabbricazione di prodotti in maglieria	-	-	-	-	-
6) Aree ad elevata specializzazione e concentrazione localizzativa nella calzetteria	-	-	-	-	-
7) Aree ad elevata specializzazione nella confezione di vestiario	-	-	-	-	-
8) Aree specializzate nella fabbricazione di prodotti in maglieria e nella confezione di vestiario	-	-	-	-	-
9) Aree ad elevata concentrazione localizzativa nella fabbricazione di prodotti in maglieria e nella confezione di vestiario	-	-	-	3.703,7350	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 3.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero delle giornate retribuite per gli operai generici
- Numero delle giornate retribuite per gli operai specializzati
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti assunti con contratto di formazione lavoro o a termine e lavoratori a domicilio

Quadro B:

- Mq dei locali destinati alla produzione
- Mq dei locali destinati a magazzino
- Mq dei locali destinati ad esposizione
- Mq dei locali destinati alla vendita

Quadro D:

- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro E:

- Produzione conto terzi
- Lavorazione affidata a terzi Italia
- Lavorazione affidata a terzi U.E.
- Lavorazione affidata a terzi EXTRA U.E.

- Agenti e rappresentanti esclusivi (numero)
- Agenti e rappresentanti non esclusivi (numero)
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza
- Tipologia di clientela: Industria
- Tipologia di clientela: Artigiani
- Tipologia di clientela: Grande distribuzione
- Tipologia di clientela: Distribuzione organizzata
- Tipologia di clientela: Commercio all'ingrosso
- Tipologia di clientela: Commercio al dettaglio
- Tipologia di clientela: Privati
- Export (U.E., extra U.E.)

Quadro G:

- Comparti di attività: 1.A capospalla
- Comparti di attività: 1.B pantaloni
- Comparti di attività: 2.B leggeri
- Comparti di attività: 3.A neonato (fino a 24 mesi)
- Comparti di attività: 4.A abbigliamento informale/tempo libero
- Comparti di attività: 4.B abbigliamento tecnico per lo sport
- Comparti di attività: 6.A maglieria pesante
- Comparti di attività: 6.B maglieria leggera
- Comparti di attività: 7.A corsetteria
- Comparti di attività: 7.C maglieria intima

- Comparti di attività: 7.D bagno
- Comparti di attività: 9.B scialli, sciarpe, foulard
- Comparti di attività: 10.A maglia in trama
- Comparti di attività: 10.B maglia a catena
- Ricavi-percentuale derivante dalla vendita di prodotti finiti: Prodotti dalla impresa
- Ricavi-percentuale derivante dalla vendita di prodotti finiti: Acquistati dalla impresa
- Fasi di lavorazione: Progettazione/prototipia conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Progettazione/prototipia conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Progettazione/prototipia presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Campionatura conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Campionatura conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Campionatura presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Tessitura/smacchinatura conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Tessitura/smacchinatura conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Tessitura/smacchinatura presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Preparazione e trasformazione fili conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Preparazione e trasformazione fili conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Preparazione e trasformazione fili presso terzi (Italia -Esteri)

- Fasi di lavorazione: Taglio conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Taglio conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Taglio presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Tintura e finissaggio presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Confezione conto proprio (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Confezione conto terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Confezione presso terzi (Italia -Esteri)
- Fasi di lavorazione: Stiro e procedure di rifinitura conto proprio (Italia - Esteri)
- Fasi di lavorazione: Stiro e procedure di rifinitura conto terzi (Italia - Esteri)
- Fasi di lavorazione: Stiro e procedure di rifinitura presso terzi (Italia - Esteri)
- Fasi di lavorazione: Controllo, imballo e spedizione presso terzi (Italia - Esteri)
- Altri elementi specifici: Premi di assicurazione

Quadro I:

- Numero di macchine per taglio computerizzate
- Numero di macchine per cucire normali a più aghi
- Numero di macchine per cucire programmabili a più aghi
- Numero di macchine taglia e cuci
- Numero di macchine per stiratura
- Numero di macchine accessorie per rifinitura

- Numero di macchine per tessitura/smacchinatura computerizzate
- Numero di macchine per tessitura/smacchinatura non computerizzate

Quadro N:

- Mq dei locali destinati alla vendita